

**ANANLISIS DAN STRATEGI WIRAUSAHA SYARIAH DALAM  
MEMAJUKAN PRODUK MAKANAN MENUJU MASYARAKAT  
EKONOMIMANDIRI**

**(Studi Objek Toko Oleh-Oleh cahaya jalan Todopuli Makassar)**



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
1441 H/ 2020 M**

**ANANLISIS DAN STRATEGI WIRUSAHA SYARIAH DALAM  
MEMAJUKAN PRODUK MAKANAN MENUJU MASYARAKAT  
EKONOMI MANDIRI**

**(Studi Objek Toko Oleh-Oleh cahaya jalan Todopuli Makassar)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Hukum (S.H) Pada Program Studi Hukum  
Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam  
Universitas Muhammadiyah Makassar*

**Oleh**

**Nur Aza Ananda Putri. H  
NIM : 105251104216**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
1441 H/ 2020 M**

12/03/2021

1 cap  
Smb. Alumni

R/0008/MES/214  
PUT  
a'

skripsi ini sekali lagi penulis sangat berterima kasih dan untuk sahabat-sahabat lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu nama kalian terima kasih karna sudah mendukung dan mendoakan penulis hingga sampai pada titik akhir ini dan untuk teman-teman seangkatan khususnya HES B angkatan 016 yang selalu memberikan dukungan serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis senantiasa mengharapkan kritikan dan saran dari berbagai pihak yang sifatnya membangun karena penulis yakin bahwa suatu persoalan tidak akan berarti sama sekali tanpa adanya kritikan. Mudah – mudahan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, terutama bagi diri pribadi penulis. Aamiin.

Makassar, 29 Syawal 1441 H

21 Juni 2020 M

Penulis

**Nur Aza Ananda Putri.H**

## ABSTRAK

**Nur Aza Ananda Putri.H. 105 251 104 216.** *Analisis Dan Strategi Dalam Mmemajukan Produk Makanan Menuju Masyarakat Ekonomi Mandiri.* Dibimbing oleh **H. Muchlis Mappangaja dan Siti Walida Mustamin, S.Pd.,M.Si.**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yang dilakukan di Toko Cahaya Oleh-Oleh Kota Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi syariah dalam memajukan produk makanan menuju masyarakat ekonomi mandiri. Dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel, yaitu  $X_1$  wirausaha dan  $X_2$  produk makanan halal sebagai variabel independen dan  $Y$  ekonomi masyarakat sebagai variabel dependen.

Total sampel dalam penelitian ini berjumlah 61 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner atau angket. Selanjutnya data yang diperoleh tersebut kemudian diolah melalui metode Partial Least Square (PLS) yaitu metode berbaris keluarga regresi.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel wirausaha tidak memiliki pengaruh yang signifikan karena nilai  $t_{hitung} = 0.948367 <$  dari  $t_{tabel} = 2.00100$  terhadap variabel produk makanan, variabel produk makanan tidak berpengaruh signifikan dengan nilai  $t_{hitung} = 0.256573 <$  dari pada nilai  $t_{tabel} = 2.00100$  terhadap variabel Ekonomi Masyarakat. Sedangkan hubungan antara variabel produk wirausaha berpengaruh signifikan dengan nilai  $t_{hitung} = 4.542553 <$  dari pada nilai  $t_{tabel} = 2.00100$  variabel pendapatan.

**Kata Kunci : Wirausaha, Produk Makanan Halal, Ekonomi Masyarakat**

## ABSTRACT

Nur Aza Ananda Putri H. 105 25104 216. Analysis and strategy to promote food products to the community of independent economies. Guided by H. Muchlis Mappangaja and Siti Walida Mustamin, S. Pd., M. Si.

This type of research is quantitative research, which is done in shop light souvenir of Makassar city. This research aims to determine how sharia strategies are in advancing food products to independent economic communities. In the study consisted of three variables, namely the entrepreneurial X1 and the X2 halal food products as independent variables and the Y Economic community as dependent variables.

The Total samples in this study amounted to 61 people. Data collection is done by spreading questionnaire or poll. Furthermore, the data obtained is then processed through Partial Least Square (PLS) method ie the method of marching the regression family.

The results of this research proved that the entrepreneurial variables do not have a significant influence because the value of  $T_{hitung} = 0.948367 <$  of the  $T_{tabel} = 2.00100$  against the food product variables, the food product variables did not significantly affect the value of  $T_{hitung} = 0.256573 <$  than the value of  $T_{tabel} = 2.00100$  against the community economy variables. While the relationship between entrepreneurial product variables significantly affects the value of  $T_{hitung} = 4.542553 >$  of the value of  $T_{tabel} = 2.00100$  revenue variable.

**Keywords:** self-employment, Halal food products, Community economics

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
SURAT PERNYATAAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
A. Kajian Teori .....	7
1. Strategi .....	7
2. Wirausaha.....	7
3. Pengertian Produk Halal .....	8
4. Standarisasi Produk Halal Dalam Islam.....	11
5. Perlindungan Konsumen .....	13
6. Hak dan Kewajiban Konsumen.....	16
B. Kerangka Pikir .....	20
C. Kerangka Konseptual .....	21
D. Hipotesis Penelitian (Kuantitatif).....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	23
B. Lokasi dan Objek Penelitian .....	23

C. Variabel Bebas .....	24
D. Defenisi Operasional Variabel .....	24
E. Populasi dan Sampel .....	25
F. Instrumen Penelitian.....	26
G. Teknik Pengumpulan Data.....	26
H. Teknik Analisis Data.....	29
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	31
B. Pembahasan Penelitian.....	35
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	52
B. Saran.....	52
C. Rekomendasi .....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>54</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Skala Likert .....	28
Tabel 4.1	Wirausaha .....	35
Tabel 4.2	Produk Makanan Halal .....	36
Tabel 4.3	Ekonomi Masyarakat .....	37
Tabel 4.4	Overview .....	40
Tabel 4.5	Redundancy .....	40
Tabel 4.6	Cronbachs Alpha .....	41
Tabel 4.7	Latent Variable Correlations .....	41
Tabel 4.8	R Square .....	41
Tabel 4.9	AVE .....	42
Tabel 4.10	Community .....	42
Tabel 4.12	Composite Reliability .....	43
Tabel 4.13	Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values) .....	43
Tabel 4.14	Overview .....	46
Tabel 4.15	Cross Loadings .....	47
Tabel 4.16	Latent Variable Correlations .....	48
Tabel 4.17	Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values) .....	48
Tabel 4.18	R Square .....	49



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pikir.....	20
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual.....	21
Gambar 4.1	Model Specification.....	39



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG

Adanya tingkat pengangguran yang tinggi sebagai akibat dan krisis ekonomi yang ada di Indonesia, memberikan pelajaran berharga tentang perlunya kreativitas dari setiap individu untuk tidak mengandalkan pekerjaan yang dapat menyerap tenaga kerja dan menghidupkan kembali roda perekonomian Indonesia.

Islam juga telah menganjurkan untuk berniaga dari pada bekerja kepada orang lain. Dan dalam berwirausaha, pelaku usaha harus pandai dalam berperilaku sehingga dalam memasarkan produk yang dipasarkan dapat tersalurkan oleh konsumen.

Wirausaha merupakan salah satu pendukung yang menentukan maju mundurnya perekonomian, karena bidang wirausaha mempunyai kebebasan untuk berkarya. Jika seseorang mempunyai kemauan dan keinginan serta siap untuk berwirausaha berarti seseorang itu mampu menciptakan lapangan pekerjaan sendiri, dan tidak mampu mengandalkan orang lain maupun perusahaan lain untuk mendapatkan pekerjaan.

Kewirausahaan merupakan modal pertama yang ada pada diri manusia, Akan tetapi, kewirausahaan sendiri merupakan konsepsi, maka untuk menerapkan dalam kegiatan usaha haruslah diwujudkan dalam berbagai perilaku, bisa saja seseorang punya potensi kewirausahaan yang bagus tetapi

tidak pernah diwujudkan potensi itu dalam perilaku maka potensi itu hanya tinggal potensi yang tidak punya makna dalam dunia bisnis sebenarnya. Kewirausahaan menunjuk pada semangat, sikap dan perilaku sebagai teladan dalam keberanian mengambil resiko yang telah diperhitungkan berdasarkan atas kemauan dan kemampuan sendiri.

Kemandirian masyarakat merupakan suatu kondisi yang dialami oleh masyarakat yang ditandai dengan kemampuan memikirkan, memutuskan serta melakukan sesuatu yang dipandang tepat demi mencapai pemecahan masalah-masalah yang dihadapi dengan mempergunakan daya kemampuan kognitif, konatif, psikomotorik dan efektif serta sumber daya lainnya yang bersifat fisik/material.

Banyak yang harus dilakukan dalam upaya pemilihan produk makanan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Salah satunya dengan mencari informasi yang terdapat pada atribut produk. Atribut produk menjadi unsur-unsur yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan membeli. Melalui atribut produk konsumen dapat memperoleh jawaban apakah yang dibeli sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan sehingga memperoleh kepuasan lahir dan batin.

Atribut yang dimaksud sebagai informasi konsumen untuk memperoleh kepercayaan terhadap produk secara lahir dan batin adalah kehalalannya. Makanan halal merupakan suatu makanan yang wajib dikonsumsi bagi umat Islam dalam kehidupan sehari-hari, sesuai dengan Undang-undang Nomor 23 Thn 1992 tentang Kesehatan, Undang-Undang Nomor 7 tahun 1996 tentang

pangan serta Undang-Undang Konsumen dimana industri produk yang mengklaim halal bagi produknya harus bertanggung jawab atas kehalalan suatu produknya yang diedarkan untuk masyarakat. Untuk menjamin kehalalan suatu produk maka diperlukan suatu sistem produk yang halal.

Konsumsi dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual. Inilah yang disebut sebagai bentuk upaya meningkatkan keseimbangan antara orientasi duniawi dan ukhrawi. Batasan konsumsi dalam Islam sebagaimana dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 168.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِى الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ

وَمُب

Terjemahan:

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari pada yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

Modal dalam bahasa Inggris ialah capital yang mengandung arti barang yang dihasilkan oleh buaatan manusia maaupun alam, yang diperlukan bukan untuk memenuhi secara langsung keinginan manusia atau bahan konsumsi tetapi untuk membantu memproduksi barang lain yang dimana nantinya akan dapat memenuhi kebutuhan manusia secara langsung (produksi) dan serta menghasilkan keuntungan dari barang tersebut.

Modal adalah sejumlah uang atau barang yang digunakan untuk kegiatan suatu perusahaan yang terdiri atas modal tetap seperti gudang pabrik, mesin-mesin, dan modal kerja seperti piutang, persediaan barang, barang setengah jadi, ataupun barang jadi dimana hal tersebut membantu dalam kelancaran kegiatan perusahaan.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, modal ialah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya, harta benda (uang, barang dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan dan sebagainya.

Secara terminologi, jual beli memiliki arti transaksi tukar menukar barang atau uang yang berakibat pada beralihnya hak milik barang atau uang. Prosesnya dilaksanakan dengan akad, baik secara perbuatan maupun ucapan lisan. Dalam fiqih sunnah jual beli sendiri adalah tukar menukar harta (apapun bentuknya) yang dilakukan mau sama mau atau sukarela atau proses mengalihkan hak milik harta pada orang lain dengan kompensasi atau imbalan tertentu. Menurut fiqih sunnah, hal ini boleh dilakukan asalkan masih dalam koridor syariat. Seperti harta dan barang yang dijual belikan adalah halal, bukan benda haram, atau asalnya dari jalan yang haram.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis lebih dalam mengkaji dan meneliti tentang seberapa besar kemandirian masyarakat dalam melakukan suatu usaha sesuai dengan syariat Islam pada produk makanan dengan judul: ***“Analisis dan Strategi Wirausaha Berbasis Syariah Dalam Memajukan Produk Makanan Menuju Masyarakat Ekonomi Mandiri” (Studi Kasus***

## **D. Manfaat Teoritis**

### **1. Manfaat teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pustaka bagi para pembaca khususnya hal pengembangan ilmu.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Penulis**

Menambah wawasan untuk dapat berfikir secara kritis dan sistematis dalam menghadapi permasalahan yang terjadi dan sebagai alat dalam mengimplementasikan teori-teori ilmu ekonomi khususnya terkait dengan wirausaha yang sesuai dengan syariat Islam yang diperoleh selama menjalani kuliah.



## BAB II

### KAJIAN TEORITIS

#### A. Kajian Teori

##### 1. Strategi

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan dalam sebuah perusahaan juga diperlukan langkah-langkah tertentu. Misalnya, perusahaan yang ingin menjual barang atau jasanya kepada pelanggan memerlukan langkah yang tepat.<sup>1</sup>

##### 2. Wirausaha

Wirausaha dapat diartikan sebagai sikap seseorang yang memiliki kemampuan dalam menggunakan sumber daya seperti finansial, bahan mentah dan tenaga kerja untuk menghasilkan barang baru, usaha baru, serta proses usaha baru. Kata wirausaha merupakan terjemahan dari kata entrepreneur. Kata tersebut berasal dari bahasa Prancis entrepreneurship yang berarti “bertanggung jawab”. Kata entrepreneur dan entrepreneurship dalam bahasa Inggris, menurut Hold dalam Azzahra berasal dari bahasa Prancis. Entrepreneur adalah orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai peluang bisnis, mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan darinya dan bertindak tepat untuk memastikan sukses.

---

<sup>1</sup> Kamsir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007 h. 171-172.

Wirausaha menghindari resiko rendah karena tidak ada tantangan dan menjauhi situasi resiko tinggi. Karena mereka ingin berhasil. Parawirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan dan mengambil tindakan yang tepat guna memastikan sukses. Harta terbesar untuk mempertahankan kemampuan wirausaha adalah sikap positif.

Wirausaha adalah seorang pembuat keputusan yang membantu terbentuknya sistem ekonomi perusahaan yang bebas. Sebagian besar pendorong perubahan, inovasi, dan kemajuan perekonomian berasal dari para wirausaha, orang-orang yang memiliki kemampuan untuk mengambil resiko dan mempercepat pertumbuhan ekonomi.<sup>2</sup>

### 3. Pengertian Produk Halal

Makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia, dari sisi bisnis kedua jenis usaha ini akan terus berlangsung sepanjang manusia itu masih hidup, dan yang terpenting dalam menjanjikan makanan dan minuman selagi lahan bisnis berusaha keras jangan sampai tercampur unsur yang merugikan orang lain (beracun, kadaluarsa dan haram).<sup>3</sup> Makan merupakan aktivitas yang dipandang dari segi zat dan hakikatnya adalah tunggal. Adapaun jika disebut buruk, maka hal tersebut hanyalah karena membawa implikasi buruk, atau memang sebab-sebabnya

---

<sup>2</sup> Andi Irwan, *Kewirausahaan UKM Pemikiran dan Pengalaman*, (Jawa Timur Graha Ilmu, 2007),h.26-27.

<sup>3</sup> Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar 2009), h.201



buruk.<sup>4</sup> Pada hakikatnya mengkonsumsi daging babi atau darah sama dengan mengkonsumsi nasi. Tetapi daging babi dan darah diharamkan karena membawa pengaruh yang amat buruk.

Menurut hukum islam, secara garis besar perkara (benda) haram terbagi menjadi dua, haram *li-zatih* dan haram *li-gairih*. Kelompok pertama, substansi benda tersebut diharamkan, sedangkan yang kedua, substansi bendanya halal (tidak haram) namun cara penanganannya atau memperolehnya tidak dibenarkan oleh ajaran Islam.<sup>5</sup> Dengan demikian, benda haram jenis kedua terbagi dua. *Pertama*, bendanya halal tapi cara penanganannya tidak dibenarkan oleh ajaran Islam; misalnya kambing yang tidak dipotong secara syar'i, sedangkan yang kedua, bendanya halal tapi diperoleh dengan jalan atau cara yang dilarang oleh agama, misalnya hasol korupsi, menipu dan sebagainya. Mengenai benda haram ini di jelaskan, antara lain dalam firman Allah.<sup>6</sup>

Barang yang haram karena sifat-sifatnya atau sebab memperolehnya atau oleh sebab keduanya, tidak dapat dihalalkan lagi. Sebaliknya barang yang telah halal karena sifat-sifatnya, maka tidak dapat diharamkan kecuali berdasarkan cara ( sebab) memperolehnya.<sup>7</sup>

---

<sup>4</sup> Syekh Izzquddin Ibnu Abdis Salam, *Kaidah-Kaidah Hukum Islam dalam Kemaslahatan Manusia* (Bandung Nusa Media, 2011), h.470

<sup>5</sup> Tim penyusun, *Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Sejak 1975*, (Jakarta : Erlangga 2011). h. 948

<sup>6</sup> *Ibid* h.949

<sup>7</sup> Syekh Izzuddin Ibnu Abbas Salam, *Kaidah-Kaidah Hukum* h. 75

Produk halal menjelaskan bahwa produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat.<sup>8</sup> Menurut Pasal 1 Angka 5 Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan menyatakan bahwa :

“Panganan yang halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, baik yang menyangkut bahan baku pangan, bahan tambahan pangan, bahan bantu dan bahan penolong lainnya termasuk bahan pangan yang diolah melalui proses rekayasa genetik dan iridasi pangan, dan yang mengelolanya dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum agama Islam”.

Setiap muslim menyakini bahwa Islam adalah satu agama yang membawa petunjuk kebaikan bagi umat manusia. Islam memberikan petunjuk kepada manusia dalam setiap kehidupannya termasuk dalam hal makanan. Seorang Muslim harus memakan makanan yang halal.<sup>9</sup>

وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ

Artinya : “Dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk”. (QS. Al-A'raf: 157)<sup>10</sup>

عَنْ أَبِي عَبْدِ اللَّهِ النَّعْمَانِ بْنِ بَشِيرٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: (( إِنَّ الْحَالَ بَيْنَ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيْنَ، وَبَيْنَهُمَا أُمُورٌ مُشْتَبِهَاتٌ، لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ، فَمَنْ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ

<sup>8</sup> Pasal 1 undang-undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang produk halal

<sup>9</sup> F.M Nashshar, *Antara Halal Dan Haram*, (Bandung : Angkasa 2013), h. 10

<sup>10</sup> <https://tafsirq.com/topik/surat+al+a'raf+ayat+157>

فَقَدْ اسْتَنْبَرَأَ لِدِينِهِ وَعَرْضِيهِ، وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ وَقَعَ فِي الْحَرَامِ  
كَالرَّاعِي يَرْعَى حَوْلَ الْحِمَى يُوشِكُ أَنْ يَرْتَعَ فِيهِ، أَلَا وَإِنَّ لِكُلِّ مَلِكٍ  
حِمَى، أَلَا وَإِنَّ حِمَى اللَّهِ مَحَارِمُهُ، أَلَا وَإِنَّ فِي الْجَسَدِ مُضْغَةً إِذَا صَلَحَتْ  
صَلَحَ الْجَسَدُ كُلُّهُ، وَإِذَا فَسَدَتْ فَسَدَ الْجَسَدُ كُلُّهُ أَلَا وَهِيَ الْقَلْبُ)). رواه  
البخاري ومسلم، وهذا لفظ مسلم

Terjemahannya :

Dari Abu Abdullah Nu'man bin Basyir r.a. "Saya mendengar Rasulullah SAW bersabda, 'Sesungguhnya yang halal itu jelas dan yang haram itu jelas, Di antara keduanya terdapat perkara-perkara yang syubhat (samar-samar) yang tidak diketahui oleh orang banyak. Maka, barang siapa yang takut terhadap syubhat berarti dia telah menyelamatkan agama dan kehormatannya, Dan barang siapa yang terjerumus dalam perkara syubhat, maka akan terjerumus dalam perkara yang diharamkan. Sebagaimana pengembala yang mengembalakan hewan gembalanya di sekitar (ladang) yang dilarung untuk memasukinya, maka lambat laun dia akan memasukinya. Ketahuilah bahwa setiap raja memiliki larangan dan larangan Allah adalah apa yang Dia haramkan. Ketahuilah bahwa dalam diri ini terdapat segumpal daging, jika dia baik maka baiklah seluruh tubuh ini dan jika dia buruk, maka buruklah seluruh tubuh. Ketahuilah bahwa dia adalah hati.<sup>11</sup>

#### 4. Standardisasi Produk Halal dalam Islam

Dalam proses pengelolaan produk halal yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Nomor 4 tahun 2003 Tentang standarisasi fatwa awal adalah sebagai berikut:

<sup>11</sup> Abu Isa Muhammad bin Isya at- Tirmidzi, *Ensiklopedia Hadist 6 : Jam'i' at- Tirmidzi* (Jakarta : Almahira, 2013) h. 428

a. Khamar

Khamar adalah setiap yang memabukkan, baik berupa minuman, makanan maupun lainnya. Hukumnya adalah haram.

- 1) etanol ( $C_2H_5OH$ ) minimal 1%
- 2) Minuman yang termasuk dalam kategori khamar adalah najis.
- 3) Minuman yang mengandung etanol di bawah 1% sebagai hasil fermentasi yang direkayasa adalah haram atas dasar (preventif), tapi tidak najis.
- 4) Minuman keras yang dibuat dari air oersan tape dengan kandungan etanol minimal 1% termasuk kategori khamar.
- 5) Tape dan air tape tidak termasuk khamar, kecuali apabila memabukkan.

b. penggunaan nama dan bahan

1. Tidak boleh mengonsumsi dan menggunakan nama dan/atau simbol-simbol makanan/minuman yang mengarah kepada kekufuran dan kebatilan.
2. Tidak boleh mengonsumsi dan menggunakan nama dan/atau simbol-simbol makanan/minuman yang mengarah kepada nama-nama benda/binatang yang diharamkan terutama babi dan khamar, kecuali yang telah mentradisi ( $\text{urf}$ ) dan dipastikan tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan seperti nama bakso, bakwan, bakmi dan lain sebagainya.
3. Tidak boleh mengonsumsi dan menggunakan campuran bagi komponen makanan/minuman yang menimbulkan rasa/aroma (flavour) benda-benda

atau binatang yang diharamkan, seperti mie instan rasa babi, bacon flavour, dan lain sebagainya.

4. Tidak boleh mengonsumsi makanan/minuman yang menggunakan nama-nama makanan/minuman yang diharamkan seperti whisky, brandy, beer, dan lain-lain.

## 5. Perlindungan Konsumen

### a. Pengertian Perlindungan Konsumen

Konsumen adalah orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, dan orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.<sup>12</sup>

Definisi konsumen berangkat dari pandangan atau konsep Islam terhadap harta, hak dan kepemilikan dengan transaksi atau tidak.<sup>13</sup>

Konsumen dalam hukum ekonomi Islam tidak terbatas pada perorangan saja tetapi juga menyangkut suatu badan hukum.<sup>14</sup>

Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri.<sup>15</sup>

<sup>12</sup> Subagyo, *Buku Sederhana Memahami Prinsip-prinsip Perlindungan Konsumen* (Surabaya; 2010)h. 1

<sup>13</sup> Muhammad, *Etika Perlindungan Konsumen dan Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004) h. 128

<sup>14</sup> Ibid h. 130

<sup>15</sup> Zulham, *HUKUM Perlindungan Konsumen*, (Jakarta : Kencana, 2013)h. 21

Undang-Undang Nomor 08 Tahun 1999 Tentang perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat (1) menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.<sup>16</sup>

Kepastian hukum untuk melindungi hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui Undang-Undang khusus, memberikan harapan agar pelaku usaha tidak lagi sewenang-wenang yang selalu merugikan hak konsumen. Dengan adanya Undang-undang Perlindungan Konsumen beserta perangkat hukum lainnya, konsumen memiliki hak dan posisi yang berimbang, dan mereka pun bisa menggugat atau menuntut jika ternyata hak-haknya telah dirugikan atau dilanggar oleh pelaku usaha.

Pasal 2 Undang-Undang Nomor 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa perlindungan konsumen berdasarkan asas kemanfaatan, keadilan, keseimbangan, keamanan, keselamatan konsumen serta kepastian hukum.<sup>17</sup>

**b. Tujuan Perlindungan Konsumen**

Menurut pasal 3 Undang-Undang Nomor 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen bertujuan :

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.

---

<sup>16</sup> Undang-undang No. 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 1

<sup>17</sup> Undang-Undang No. 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 2

- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa.
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya, sebagai konsumen.
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/jasa yang menjami kelangsungan usaha produksi barang/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.<sup>18</sup>

Dengan adanya tujuan tersebut diarahkan pelaku usaha dapat memberikan perhatiannya akan hak-hak yang dimiliki konsumen, khususnya terkait hak atas kesehatan.<sup>19</sup> Dalam hal ini pelaku usaha diharapkan dapat menghindari kemungkinan terjadinya peristiwa yang disebabkan tidak dihindarinya hal-hal yang dilarang oleh pelaku usaha dalam memproduksi atau memperdagangkan suatu produk. Untuk itu perlindungan konsumen diatur sedemikian rupa dengan cara:

---

<sup>18</sup> Undang-Undang No. 08 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen Pasal 3

<sup>19</sup> Muallim Wahyuning Widayanti dkk, *Pedoman HAM Tentang Perlindungan Konsumen yang Berkaitan dengan pemenuhan Hak Atas Kesehatan*, ( Jakarta : WWW. Readerpetstudio.net,2014) h. 37 diunduh pada Mei 2016 pukul 22.41 WIB

- a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses informasi, serta menjamin kepastian hukum.
- b. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha.
- c. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa.
- d. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan.
- e. Memadukan penyelenggara, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya.<sup>20</sup>

Hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyedia dan penggunaannya, dalam kehidupan masyarakat.

#### **6. Hak dan Kewajiban Konsumen**

Di dalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Konsumen memiliki hak sebagai berikut:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ atau jasa
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

---

<sup>20</sup> ibid



- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- d. Hak untuk di dengar pendapat dan kehaluannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan konsumen secara patut.

Selain memiliki hak-hak seperti yang tertera diatas, konsumen juga memiliki kewajiban yaitu:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, dan keamanan dan keselamatan
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang di sepakati
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen,<sup>21</sup>
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

---

<sup>21</sup> Undang-Undang No 08 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 5

- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya,
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.<sup>22</sup>

Selain memiliki hak-hak seperti yang tertera diatas, konsumen juga memiliki kewajiban yaitu:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen.<sup>23</sup>

Kewajiban pelaku usaha yaitu:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.

---

<sup>22</sup> Undang-Undang No. 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4

<sup>23</sup> Undang-Undang No. 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 5

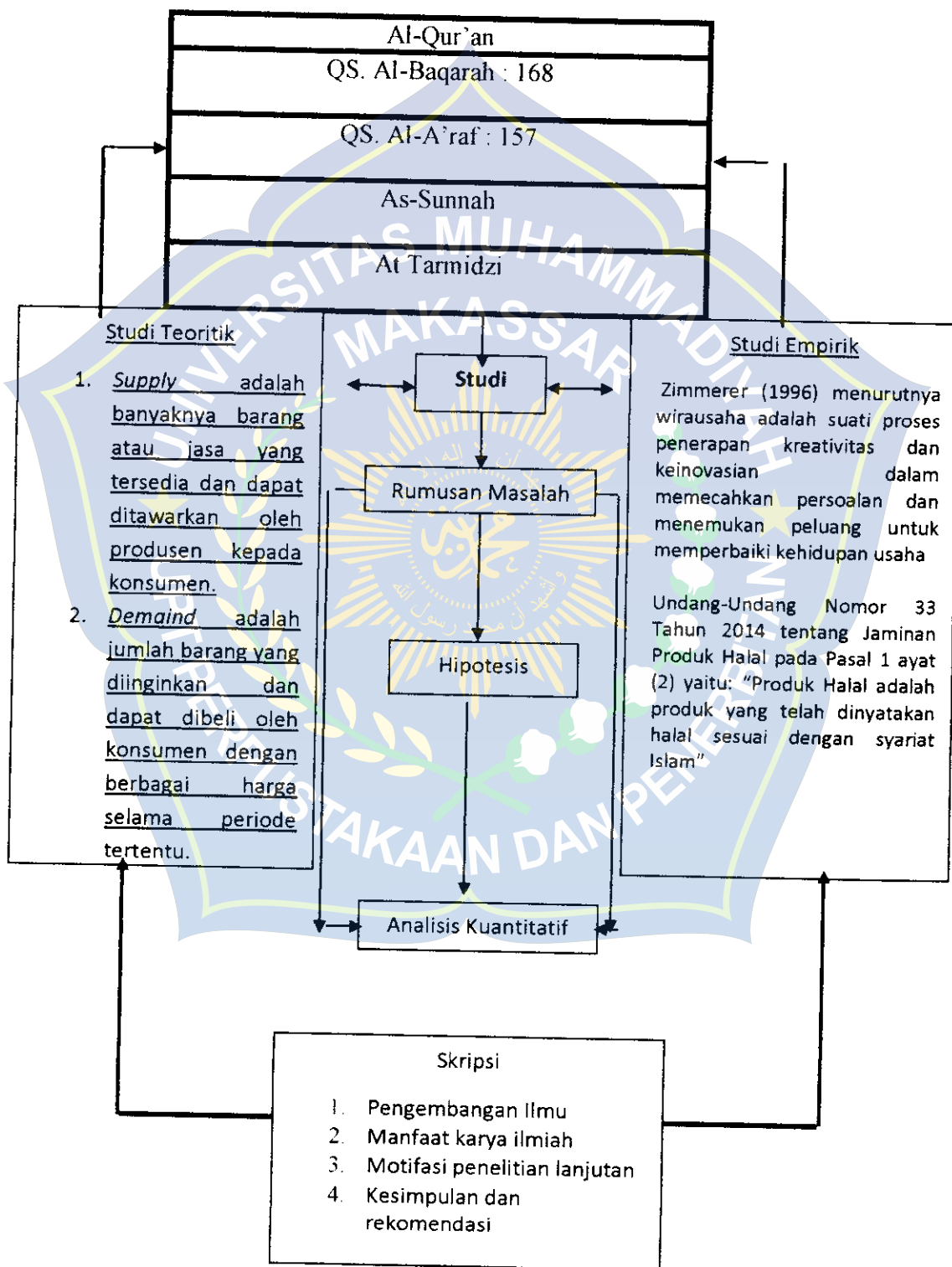
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang di produksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- e. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.<sup>24</sup>

Perlindungan atas konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam hukum Islam. Islam melihat sebuah perlindungan konsumen bukan ssebagai hubungan keperdataan semata melainkan menyangkut kepentingan public secara luas, bahkan menyangkut hubungan antara manusia dengan Allah SWT. Dalam konsep hukum Islam perlindungan atas tubuh berkait dengan hubungan vertical (manusia dengan Allah) dan horizontal (sesama manusia)

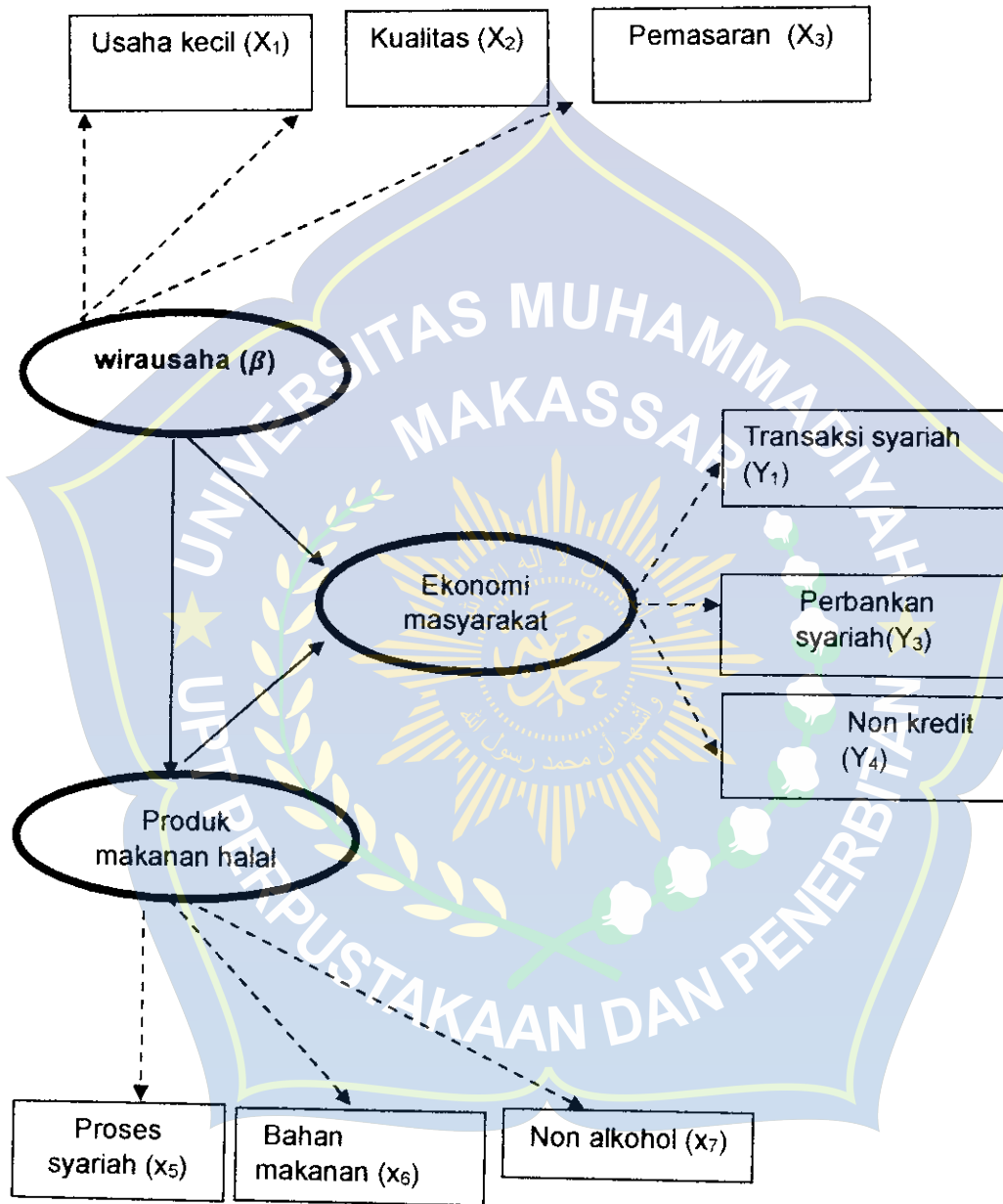
---

<sup>24</sup> Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Psasal 7

B. Kerangka Pikir



### C. Kerangka Konseptual



Keterangan :



#### D. Hipotesis Penelitian (Kuantitatif)

Hipotesis adalah jawaban sementara atau dugaan sementara atas permasalahan penelitian yang memerlukan data untuk menguji kebenaran dugaan tersebut.<sup>25</sup> Dari permasalahan sebelumnya, penulis mengemukakan hipotesis dari penelitian ini, yaitu:

1. Di duga, apakah variabel wirausaha berpengaruh terhadap variabel produk makanan halal
2. Di duga, apakah wirausaha berpengaruh terhadap ekonomi masyarakat.
3. Di duga, apakah produk makanan berpengaruh terhadap ekonomi masyarakat.

---

<sup>25</sup> Kountur, Roni. *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Edisi Revisi 2. (Jakarta : PPM, 2007). h. 89.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari hasil pengamatan langsung di toko Oleh-Oleh di kota Makassar. Dalam skripsi ini penulis menggunakan metode pendekatan penelitian secara kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis dan teori-teori serta hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Proses pengukuran adalah bagian yang sentral dalam penelitian kuantitatif karena hal ini memberikan hubungan yang fundamental antara pengamatan empiris dan ekspresi matematis serta hubungan-hubungan kuantitatif.

#### **B. Lokasi dan objek penelitian**

Penelitian ini dilakukan di toko Cahaya Oleh-Oleh jalan Todopuli Raya Timur Blok C2 No.15, Panakukang, paropo, Borong, Manggala, Makassar. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen pada toko Cahaya Oleh-Oleh di jalan Todopuli Raya Timur Blok C2 No. 15, Panakukang, paropo, Borong, Manggala, Makassar.

### C. Variabel Bebas

#### 1. Variabel bebas (*independent Variabel*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab pada variabel lain. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel bebas diantaranya **wirausaha produk makanan**. Variabel ini dikatakan variabel bebas dikarenakan variabel ini tidak terpengaruh pada adanya variabel lain atau bebas dari ada atau tidaknya variabel lain.

#### 2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat adalah variabel yang keberadaannya dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat, dalam penelitian ini adalah **Ekonomi Masyarakat syariah**. Dinamakan variabel terikat karena kondisi atau variasinya terikat atas dipengaruhi oleh-oleh variasi variabel lain, yaitu dipengaruhi oleh variabel bebas.

### D. Definisi Operasional Variabel

Berikut ini adalah pengertian tentang definisi operasional variabel:

1. Variabel Wirausaha adalah seseorang yang mampu menciptakan lapangan pekerjaan sendiri, dan tidak mengandalkan orang lain maupun perusahaan lain untuk mendapatkan pekerjaan.
2. Variabel Produk makanan halal adalah makanan dari hasil proses dan pengelolaan tertentu yang telah sesuai dengan ajaran Islam
3. Variabel Ekonomi masyarakat adalah perekonomian yang diselenggarakan oleh masyarakat variable yang dipengaruhi dari satu variable masing-



masing variable wirausaha dan produk makanan halal. Ini menjadikan variable tersebut menjadi variable akhir tujuan analisis.

## E. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah konsumen toko Cahaya Oleh-Oleh jalan Todopuli Raya Timur Blok C2 No.15, Panakukang, paropo, Borong, Manggala, Makassar sebanyak 72 konsumen Pada saat penelitian berlangsung menggunakan Rumus sloving, sebagai berikut :

$$\text{Rumus Sloving : } n = \frac{N}{(1+e^2N)}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat *error* (5%)

Diketahui : n = 72

$$\begin{aligned} & \frac{72}{1+(0.05)^2(72)} \\ &= \frac{72}{1.18} \\ &= 61 \text{ Responden} \end{aligned}$$

## F. Instrumen Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer, yaitu data yang diperoleh dan dikumpulkan secara langsung objek yang diteliti, yang berupa angket. Sedangkan data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung atau penelitian arsip yang memuat peristiwa masa lalu yang dapat diperoleh dari jurnal, majalah, buku, data statistik maupun dari internet. Selain itu, data juga dapat diperoleh dalam bentuk yang sudah dipublikasikan yang tersedia di perusahaan seperti literatur, *company profile*, jurnal, dan sebagainya. Selanjutnya dalam kegiatan penelitian ini, penulis menggunakan beberapa alat yang mendukung dalam melakukan penelitian ini, yaitu: handphone, alat tulis, serta kamera.

## G. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian, teknik pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Teknik yang dipergunakan dalam proses pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri atas metode.<sup>26</sup>

### 1. Observasi

Observasi adalah pengamatan langsung atau peninjauan secara cermat di lapangan atau lokasi penelitian yang sedang dilakukan. Observasi dilakukan bertujuan untuk mendapatkan data-data kongkret ditempat penelitian. Observasi digunakan dalam melakukan studi pendahuluan untuk

---

<sup>26</sup> Ejournal. Uinsamata.ac.id diakses 10 Oktober 2018

menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

## 2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan suatu daftar pertanyaan atau pernyataan untuk dijawab oleh para responden. Dalam hal ini, jumlah maupun kualifikasi para responden ditentukan berdasarkan dengan metode pengambilan sampel.

Cara pengumpulan data ini dipilih dengan harapan bahwa peneliti, melalui jawaban responden mampu memperoleh informasi yang relevan dengan permasalahan yang dikaji dan mempunyai derajat yang tinggi. Jumlah pertanyaan yang ada, diambil dan masing-masing item yang diperoleh dari masing-masing indikator variabel, baik indikator independen maupun variabel dependen.

Angket diberikan langsung kepada responden dengan tujuan agar lebih afektif dan efisien menjangkau jumlah sampel dan mudah memberikan penjelasan berkenaan dengan pengisian angket tersebut, instrument yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini menggunakan skala Likert dengan skor 1-5, jawaban responden berupa pilihan 5 (lima) alternative yang ada yaitu :

Table 3.1 Skala Likert

ALTERNATIF JAWABAN	
JAWABAN	SKOR
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### 3. Wawancara

Dalam wawancara peneliti akan mencatat opini dan hal lain yang berkaitan dengan penelitian yang ada didalam perusahaan. Dengan demikian ada banyak informasi yang akan didapat dari hasil wawancara tersebut. Dalam melakukan penelitian ini akan dilakukan dengan Wawancara langsung (Direct Interview).

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah wawancara langsung dengan informasi dari toko Cahaya Oleh-Oleh Makassar beserta konsumen yang sedang berbelanja.

### 4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data melalui metode dokumentasi, penelitian menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen , peraturan-peraturan dan sebagainya.<sup>27</sup>

Dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan keterangan dan penerangan pengetahuan dan bukti.

<sup>27</sup> SuharsimiArikunto, op.cit., h. 149

## H. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan cara analisis kuantitatif dengan menggunakan metode Smart PLS. *Partial Least Square (PLS)* adalah suatu metode yang berbasis regresi yang dikenalkan oleh Herman O.A Word untuk menciptakan dan pembangunan model dan metode untuk ilmu-ilmu sosial dengan pendekatan yang berorientasi pada prediksi. PLS memiliki asumsi data penelitian bebas distribusi (*Distribution-Free*), artinya data penelitian tidak mengacuh pada salah satu produk makanan tertentu (misalnya pada produk makanan secara umum). PLS merupakan pengembangan metode alternative dari *Structural Equation Modeling (SEM)* yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan hubungan diantara variabel yang kompleks namun ukuran sampel datanya yang kompleks datanya kecil (30 sampai 100), mengingat SEM memiliki ukuran sampel data minimal 100.

PLS digunakan untuk mengetahui kompleksitas hubungan suatu konstruk dan konstruk lain. Serta hubungan suatu konstruk dan indikator-indikatornya. PLS didefinisikan oleh dua persamaan, yaitu *inner model* dan *outer model* menentukan spesifikasi hubungan antara konstruk dan konstruk yang lain, sedangkan *outer model*, menentukan spesifikasi hubungan antara konstruk dan indikator-indikatornya. Konstruk terbagi menjadi dua yaitu konstruk eksogen dan konstruk endogen. Konstruk endogen merupakan konstruk penyebab, konstruk yang tidak dipengaruhi oleh konstruk lainnya. Konstruk eksogen memberikan efek kepada konstruk lainnya, sedangkan konstruk endogen merupakan konstruk yang dijelaskan oleh konstruk eksogen.

Konstrak endogen adalah efek dari konstrak eksogen . PLS dapat bekerja untuk model hubungan konstrak dan indikator-indikatornya yang bersifat reflektif dan formatif, sedangkan SEM hanya bekerja pada model hubungan yang bersifat reflektif saja.<sup>28</sup>



---

<sup>28</sup> Imam Ghazali, HengkyLatan, *Partial Least Squares, Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart Pls 3.0 untuk penelitian empiris*, (Semarang 2015) h. 17-18

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 1. Sejarah Toko Cahaya Oleh-Oleh

Toko Cahaya Oleh-Oleh merupakan satu dari sekian tempat membeli oleh-oleh yang terkenal di Makassar. Selain menjual beragam jenis produk dengan harga yang lebih murah dibandingkan tempat lain, toko ini juga terkenal lantaran telah berdiri sejak lama.

Toko Cahaya Oleh-Oleh didirikan oleh The Tjang King pada tahun 1905, sebagai salah satu toko oleh-oleh pertama di Makassar. Toko ini berdiri di jalan Tempelstraat yang kini dikenal dengan jalan Sulawesi.

Pada awal pendirinya, toko Cahaya Oleh-Oleh menjual produk kacang asin, tentang kacang dan tentang wijen khas Makassar. Sebelumnya toko ini bernama Soei Hien Hoo, yang diganti pada tahun 1970-an karena pengaruh politik.

Di toko ini, ada beragam panganan ringan local yang dikemas untuk bertahan dalam waktu lama. Misalnya kacang telor, kacang disko, kacang rempah, otak-otak, markisa dan selai kaya khas Makassar. Juga tersedia aneka souvenir nuansa local, seperti kaos, sarung syaal sutra bugis, miniature perahu pinisi, hingga kerajinan perak untuk gantungan kunci.

Pengunjung toko dimanjakan dengan konsep berbelanja di supermarket. Anda bisa menenteng keranjang belanja dan leluasa memilih

beragam produk sesuai selera dan isi kantong. Jika bingung hendak membeli apa, ada staf yang senantiasa senang hati mengarahkan anda.

Toko Cahaya Oleh-Oleh Makassar buka tiap hari hingga pukul 22.00 WITA. Toko Cahaya Oleh-Oeh telah melakukan ekspansi dengan membuka cabang di sejumlah tempat di dalam kota Makassar. Di antaranya jalan Todopuli dan jalan Perintis Kemerdekaan.





### Rancangan analisis SWOT Strategi Wirausaha berbasis Syariah

<b>IFAS</b> <b>(External</b> <b>Factors</b> <b>Analysis Summary)</b>	<b>STRENGTHS</b> <b>(KEKUATAN)</b>	<b>WEAKNESSES</b> <b>(KELEMAHAN)</b>
<b>Faktor</b> <b>dalam</b> <b>sebuah</b> <b>lembaga</b>  <b>EFAS</b> <b>(Internal Factors</b> <b>Analysis Summary)</b> <b>Analisis dari berbagai</b> <b>faktor eketernal dalam</b> <b>sebuah lembaga</b>	1. Berbasis syariah 2. Makanan kebutuhan pokok 3. Halal dan Haram 4. BPOM	1. Harga relatif rendah 2. Banyak pesaing 3. Rawan steralisasi 4. Pelayanan produk kontinyu
<b>OPPORTUNITIES</b> <b>(PENGHAMBAT)</b>	<b>STRATEGIS+O</b>	<b>W+O</b>
1. Laris 2. Bahan baku tersedia 3. Konsumen butuhkan 4. Harga dapat diatur	1. Tingkatkan kriteria minat konsumen dalam membuat suatu produk 2. Tingkatkan kriteria dalam berwirausaha, khususnya pada produk makanan harus memperhatikan kualitas dari bahan bakunya. 3. Tingkatkan kriteria produk makanan harus terjamin kualitas yang telah teruji dari BPOM. 4. Tingkatkan kriteria konsumen biasanya memilih produk yang harganya relatif rendah karena raah di	1. Tingkatkan kriteria konsumen biasanya memilih produk yang harganya relatif rendah karena ramah di kantong sehingga produk itu lebih laris di pasaran

	kantong. Sehingga produk itu lebih laris di lapangan.	
<b>THREATS (PENGHAMBAT)</b>	<b>STRATEGI S+T</b>	<b>STRATEGI W+T</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak steril</li> <li>2. Selera konsumen bervariasi</li> <li>3. Saingan</li> <li>4. Tingkat kriminal mudah</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. tingkatkan kriteria dalam berwirausaha khususnya dalam berbasis syariah</li> <li>2. tingkatkan kriteria berwirausaha agar kebutuhan dan keinginan konsumen dapat terpenuhi</li> <li>3. tingkatkan kriteria dalam produk yang di pasarkan seperti label halalnya agar dapat bersaing di pasaran.</li> <li>4. tingkatkan kriteria konsumen terhadap produk BPOM lebih tinggi karena produk yang belum terdaftar BPOM rentan dengan produk yang komposisinya berbahaya</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingkatkan produk oleh konsumen biasanya harga yang rendah relatif tidak steril karena modal produksinya juga sedikit</li> <li>2. Tingkatkan kriteria konsumen sangat bervariasi sehingga banyak wirausahawan yang membuat produknya lebih bermacam-macam agar pesaingnya lebih terbelakang.</li> </ol>

Table 4. Analisis SWOT Strategi Wirausaha berbasis syariah

## B. Pembahasan Penelitian

### 1. Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan penelitian ini adalah Analisis dan Strategi Wirausaha Berbasis Syariah dalam Memajukan Produk Makanan Menuju Masyarakat Ekonomi Mandiri di kota Makassar dan diolah dengan menggunakan model Smart PLS 2.0

### 2. Deskripsi Hasil Penelitian

#### a. Wirausaha

**Tabel 4.1**  
**Wirausaha**

No	Indikator	Pernyataan Responden				
		5	4	3	2	1
1	X1 (Usaha Kecil )	52	9	-	-	-
2	X2 (Kualiatas)	36	22	3	-	-
3	X3 ( Pemasaran)	2	46	13	-	-

Kesimpulan :

X1 = untuk indikator (usaha kecil) yang memiliki kategori setuju sebanyak 52 responden atau 85.24%. Indikator ini mampu memengaruhi variabel wirausaha.

X2 = untuk indikator (kualitas) yang memiliki kategori setuju sebanyak 36 responden atau 59.01%. Indikator ini mampu memengaruhi variabel wirausaha.

X3 = untuk indikator (pemasaran) yang memiliki kategori setuju sebanyak 46 responden atau 75.40%. Indikator ini mampu memengaruhi variabel wirausaha.

#### b. Produk Makanan Halal

Tabel 4.2

#### Produk Makanan Halal

No	Indikator	Pernyataan Responden				
		5	4	3	2	1
1	X4 (Proses Syariah)	11	50	-	-	-
2	X5 ( Bahan Makanan)	48	13		-	-
3	X6 (Alkohol)	1	46	14	-	-

#### Kesimpulan

X4 = untuk indikator (proses syariah) yang memiliki kategori setuju sebanyak 50 responden atau 81.96%. Indikator ini mampu memengaruhi variabel produk makanan halal.

X5 = untuk indikator (pengelolaan) yang memiliki kategori setuju sebanyak 48 responden atau 78.68%. indikator ini mampu memengaruhi variabel produk makanan halal.

X6 = untuk indikator (alkohol) yang memiliki kategori setuju sebanyak 46 responden atau 75.40%. indikator ini mampu memengaruhi variabel produk makanan halal.

### c. Ekonomi Masyarakat

Tabel 4.3

#### Ekonomi Masyarakat

No	Indikator	Pernyataan Responden				
		5	4	3	2	1
1	Y1 (Transaksi Syariah)	45	16	-	-	-
2	Y2 ( Perbankan Syariah)	-	55	6	-	-
3	Y3 ( Non Kredit)	9	52	-	-	-

Kesimpulan :

Y1 = untuk indikator (transaksi syariah) yang memiliki kategori setuju sebanyak 45 responden atau 73.77%. Indikator ini mampu memengaruhi variabel ekonomi masyarakat .

Y2= untuk indikator (perbankan syariah) yang memiliki kategori setuju sebanyak 55 responden 90.16%. indikator ini mampu memengaruhi variabel ekonomi masyarakat.

Y3= untuk indikator (non kredit) yang memiliki kategori setuju sebanyak 52 responden atau 85.24%. indikator ini mampu memengaruhi variabel ekonomi masyarakat.

### 3. Uji Validasi dan Reliability

Diperoleh nilai validasi dan reliability digunakan composite reliability dengan nilai diatas 0.70 ( $>0.70$ ) Wirausaha  $0.75 > 0.70$  jadi data tersebut reliability. Untuk nilai validasi digunakan Cronback Alpha dengan nilai (0.05) digunakan  $0.52 > 0.05$  sangat valid. Produk makanan halal  $0.22 < 0.70$  jadi data tersebut tidak reliability. Untuk nilai validasi digunakan Cronback Alpha dengan nilai (0.05) digunakan  $0.11 > 0.05$  sangat valid. Ekonomi masyarakat nilai  $0.36 < 0.70$  jadi data tersebut tidak reliability. Untuk nilai validasi digunakan Cronback Alpha (0.05) digunakan  $0.25 > 0.05$  sangat valid.

### 4. Uji Model Specification

#### a. Measurement Model Specification

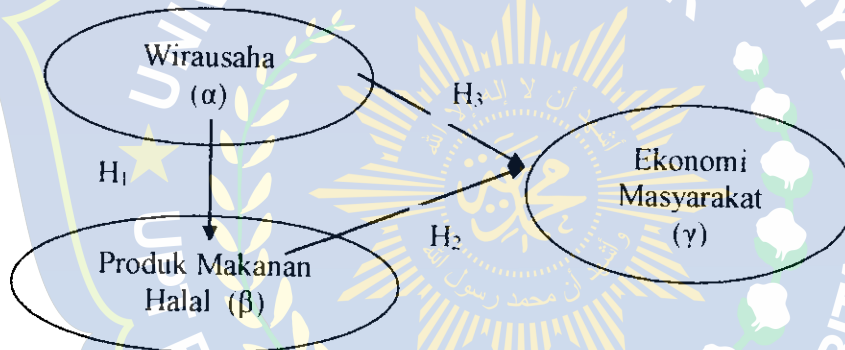
Measurement Model Specification adalah pengukuran Mean ( $\text{rata}^2$ ) hasil idification yang terdiri dari  $X_1$  sampai  $X_3$  untuk variabel wirausaha,  $X_4$  sampai  $X_6$  untuk variabel produk makanan halal. Terlihat dari olah data menunjukkan pada variabel wirausaha adalah  $X_1 \text{ rata}^2 > 5$ ,  $X_2 \text{ rata}^2 > 4$ ,  $X_3 \text{ rata}^2 > 4$ . Pada variabel produk makanan halal  $X_4 \text{ rata}^2 > 4$ ,  $X_5 \text{ rata}^2 > 5$ ,  $X_6 \text{ rata}^2 > 4$ . Pada variabel ekonomi masyarakat adalah  $Y_1 \text{ rata}^2 > 5$ ,  $Y_2 \text{ rata}^2 > 4$ , dan  $Y_3 \text{ rata}^2 > 4$ .

### b. Manifest Variabel Score (Original)

- 1) Variabel Wirausaha ( $\alpha$ )
- 2) Variabel Produk Makanan Halal ( $\beta$ )
- 3) Variabel Ekonomi Masyarakat ( $\gamma$ )

Manifest di variabel wirausaha telah diukur dari ( $X_1$  sampai  $X_3$ ), variabel produk makanan halal telah diukur dari ( $X_4$  sampai  $X_6$ ) dan variabel ekonomi masyarakat telah diukur dari ( $Y_1$  sampai dengan  $Y_3$ ).

Struktur Model Specification



Gambar 4.3

Model Specification

Ini adalah struktur (*path Model*) model jalur Pengaruh variabel ( $\alpha$ ) terhadap variabel ( $\beta$ ), variabel ( $\beta$ ) terhadap variabel ( $\gamma$ ) dan variabel ( $\alpha$ ) terhadap variabel ( $\gamma$ ). Partial Lear Square, untuk diketahui.

Kriteria quality. Dapat dilihat dari :

- 1) Overview
- 2) Redudancy
- 3) Cronbach Alpha

- 4) Laten Variable Correlations
- 5) R Square
- 6) AVE
- 7) Communality
- 8) Total Effects
- 9) Composite Reliability

Struktur Model Specification Hasil olah data diperoleh melalui *Smart Partial Least Square (Smart-PLS M3)*

**Tabel 4.4**  
**Overview**

	AVE	Composite Reliability	R Square	Cronbach's Alpha	Communality	Redundancy
<b>EKONOMI MASYARAKAT</b>	0.412568	0.36149	0.27285	0.259476	0.412568	0.006386
<b>PRODUK MAKANAN HALAL</b>	0.375026	0.227055	0.176328	0.113697	0.375026	0.060591
<b>WIRAUSAHA</b>	0.511315	0.757954		0.523645	0.511315	

**Tabel 4.5**  
**Redundancy**

	redundancy
<b>EKONOMI MASYARAKAT</b>	0.006386
<b>PRODUK MAKANAN HALAL</b>	0.060591
<b>WIRAUSAHA</b>	



Tabel 4.6  
Cronbachs Alpha

	Cronbachs Alpha
EKONOMI MASYARAKAT	0.259476
PRODUK MAKANAN HALAL	0.113697
WIRSAUSAHA	0.523645

Tabel 4.7  
Latent Variable Correlations

	EKONOMI MASYARAKAT	PRODUK MAKANAN HALAL	WIRSAUSAHA
EKONOMI MASYARAKAT	1		
PRODUK MAKANAN HALAL	0.247641	1	
WIRSAUSAHA	0.521392	0.419914	1

Tabel 4.8  
R Square

	R Square
EKONOMI MASYARAKAT	0.27285
PRODUK MAKANAN HALAL	0.176328
WIRSAUSAHA	

**Tabel 4.9**  
**AVE**

	<b>AVE</b>
<b>EKONOMI MASYARAKAT</b>	0.412568
<b>PRODUK MAKANAN HALAL</b>	0.375026
<b>WIRAUSAHA</b>	0.511315

**Tabel 4.10**  
**Communality**

	<b>EKONOMI MASYARAKAT</b>	<b>PRODUK MAKANAN HALAL</b>	<b>WIRAUSAHA</b>
<b>EKONOMI MASYARAKAT</b>			
<b>PRODUK MAKANAN HALAL</b>	0.034845		
<b>WIRAUSAHA</b>	0.521392	0.419914	

**Tabel 4.12**  
**Composite Reliability**

	<b>Composite Reliability</b>
<b>EKONOMI MASYARAKAT</b>	0.36149
<b>PRODUK MAKANAN HALAL</b>	0.227055
<b>WIRAUSAHA</b>	0.757954

**Tabel 4.13**  
**Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)**

	<b>Original Sample (O)</b>	<b>Sample Mean (M)</b>	<b>Standard Deviation (STDEV)</b>	<b>Standard Error (STERR)</b>	<b>T Statistics ( O/STERR )</b>
<b>X1 &lt;- WIRAUSAHA</b>	0.665513	0.652506	0.111349	0.111349	5.976795
<b>X2 &lt;- WIRAUSAHA</b>	0.731532	0.70879	0.091588	0.091588	7.987188
<b>X3 &lt;- WIRAUSAHA</b>	0.745587	0.748946	0.070784	0.070784	10.53327
<b>X4 &lt;- PRODUK MAKANAN HALAL</b>	0.439088	0.169693	0.43437	0.43437	1.010861
<b>X5 &lt;- PRODUK MAKANAN HALAL</b>	0.817241	0.317485	0.698457	0.698457	1.170066

<b>X6 &lt;- PRODUK MAKANAN HALAL</b>	-0.5142	0.022436	0.580486	0.580486	0.8858
<b>Y1 &lt;- EKONOMI MASYARAKAT</b>	0.94926	0.932738	0.033273	0.033273	28.52954
<b>Y2 &lt;- EKONOMI MASYARAKAT</b>	-0.3847	-0.37321	0.199399	0.199399	1.929305
<b>Y3 &lt;- EKONOMI MASYARAKAT</b>	0.434298	0.418171	0.186265	0.186265	2.331611

### 5. Evaluasi Model Pengukuran

Evaluasi model pengukuran adalah evaluasi hubungan antara konstruk dengan indikatornya. Evaluasi ini meliputi dua tahap, yaitu evaluasi terhadap *convergent validity* dan *discriminant validity*. Convergent validity dapat dievaluasi dalam tiga tahap, yaitu indikator validasi, reliabilitas konstruk, dan nilai average variance extracted (AVE). Indikator validitas dapat dilihat dari nilai faktor loading. Bila nilai faktor loading suatu indikator lebih dari 0.5 dan nilai t statistik lebih dari 2.0 maka dapat dikatakan valid. Sebaliknya bila nilai loading factor kurang dari 0.5 dan memiliki nilai t statistic kurang dari 2.0 maka dikeluarkan dari model.

Semua loading faktor memiliki nilai t statistik lebih dari 2.0 sehingga jelas memiliki validitas yang signifikan. Nilai t statistik untuk loading wirausaha  $X_1$  sampai dengan  $X_3$ , untuk variabel produk makanan halal  $X_4$  sampai dengan  $X_6$  dan untuk ekonomi masyarakat  $Y_1$  sampai  $Y_3$  adalah valid.

Syarat jika faktor loading  $> 0.5$  dan nilai t statistic  $< 2.0$  maka dikeluarkan dari model dan untuk model penelitian tersebut yang dimana :

1. Variabel wirausaha ( $\alpha$ ) dimana :

$$X_1 (4.788525) > 0.5$$

$$X_2 (4.331148) > 0.5$$

$$X_3 (3.927869) > 0.5$$

2. Variabel Produk Makanan Halal ( $\beta$ ) dimana :

$$X_4 (4.219672) > 0.5$$

$$X_5 (4.713115) > 0.5$$

$$X_6 (3.801639) > 0.5$$

3. Variabel Ekonomi Masyarakat ( $\gamma$ ) dimana :

$$Y_1 (4.609836) > 0.5$$

$$Y_2 (3.847541) > 0.5$$

$$Y_3 (4.231148) > 0.5$$

Olah data tersebut menunjukkan faktor loading  $> 0.5$  yang diartikan data sangat akurat (valid).

Semua loading faktor memiliki nilai t statistik lebih dari 2.0 sehingga jelas memiliki validasi yang signifikan. Nilai t statistik untuk loading faktor indikator adalah ( $>2.0$ ).

**Tabel 4.14**  
**Overview**

	AVE	Composite Reliability	R Square	Cronbachs Alpha	Communality	Redundancy
<b>EKONOMI MASYARAKAT</b>	0.412568	0.36149	0.27285	0.259476	0.412568	0.00638 6
<b>PRODUK MAKANAN HALAL</b>	0.375026	0.227055	0.176328	0.113697	0.375026	0.06059 1
<b>WIRUSAHA</b>	0.511315	0.757954		0.523645	0.511315	

Pemeriksaan selanjutnya dari convergent validity adalah reabilitas konstruk dengan melihat output composite reliability atau cronbac's alpha. Kriteria dikatakan reliable adalah nilai composite reliability atau cronbach's alpha lebih dari 0.70. Dari output berikut menunjukkan konstruk produk makanan halal dan ekonomi masyarakat memiliki nilai cronbach's alpha kurang dengan nilai 0.113697 dan 0.259476 dari nilai 0.7. Tetapi, bila dilihat dari nilai composite reliability, nilai produk makanan halal dan ekonomi masyarakat 0.36149 dan 0.227055 ( $<0.70$ ) sehingga dikatakan tidak reliable. Konstruk wirausaha memiliki nilai composite reliability dan cronbach's alpha diatas 0.70, pemeriksaan terakhir dari convergent validity yang baik adalah apabila nilai AVE lebih dari 0.5. Berdasarkan table berikut, semua nilai AVE konstruk wirausaha memiliki nilai AVE diatas 0.5

sedangkan untuk konstruk produk makanan halal dan ekonomi masyarakat memiliki nilai AVE dibawah 0.5.

Evaluasi discriminant validity dilakukan dalam dua tahap, yaitu melihat nilai cross loading dan membandingkan antara nilai kuadrat korelasi antara konstruk dengan nilai AVE atau korelasi antara konstruk dengan akar AVE. Kriteria dalam cross loading adalah bahwa setiap indikator yang mengukur konstraknya haruslah berkorelasi lebih tinggi dengan konstraknya dibandingkan dengan konstruk lainnya. Hasil output cross loading sebagai berikut :

**Tabel 4.15**  
**Cross Loadings**

	<b>EKONOMI MASYARAKAT</b>	<b>PRODUK MAKANAN HALAL</b>	<b>WIRUSAHA</b>
<b>X1</b>	0.410712	0.210477	0.665513
<b>X2</b>	0.354675	0.411017	0.731532
<b>X3</b>	0.355658	0.257728	0.745587
<b>X4</b>	0.055756	0.439088	0.100226
<b>X5</b>	0.313981	0.817241	0.295386
<b>X6</b>	0.021735	-0.5142	-0.32526
<b>Y1</b>	0.94926	0.256862	0.51939
<b>Y2</b>	-0.3847	-0.12612	-0.17713
<b>Y3</b>	0.434298	0.009451	0.177063

Korelasi X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, konstruk ekonomi masyarakat adalah 0.410712, 0.354675, 0.355658 lebih rendah dari 0.70. Sama halnya dengan X<sub>4</sub>, X<sub>5</sub>, X<sub>6</sub>.

Berdasarkan tabel cross loading diatas, setiap indikator berkorelasi lebih rendah dengan konstarknya masing-masing dibandingkan dengan konstark lainnya, sehingga dikatakan memiliki discriminant validity yang baik. Pemeriksaan selanjutnya adalah membandingkan antara korelasi dengan konstark akar AVE konstark. Hasilnya adalah sebagai berikut :

Tabel 4.16

## Latent Variable Correlations

	EKONOMI MASYARAKAT	PRODUK MAKANAN HALAL	WIRAUSAHA
EKONOMI MASYARAKAT	1		
PRODUK MAKANAN HALAL	0,247641	1	
WIRAUSAHA	0,521392	0,419914	1

## 6. Evaluasi Model Struktural

Tabel 4.17

## Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics ( O/STERR )



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Variabel wirausaha tidak berpengaruh terhadap variabel produk makanan halal. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel wirausaha tidak dapat memengaruhi produk makanan halal.
2. Variabel produk makanan halal tidak berpengaruh terhadap variabel ekonomi masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel produk makanan halal tidak memengaruhi variabel ekonomi masyarakat.
3. Variabel wirausaha berpengaruh terhadap variabel ekonomi masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel wirausaha dapat memengaruhi ekonomi masyarakat.

#### **B. Saran**

1. Melalui penelitian ini, penulis menyarankan agar wirausaha lebih memperhatikan dan lebih kreatif dalam memilih produk yang mereka jual agar konsumen lebih tertarik dalam membeli produk tersebut.
2. Wirausaha juga sebaiknya memberikan perhatian yang besar terhadap, kemasan, komposisi, serta label halal pada produknya.
3. Untuk peneliti selanjutnya menjadikan referensi atau acuan dalam melakukan penelitian mengenai bagaimana pentingnya berwirausaha sesuai dengan syariat Islam.

### C. Rekomendasi

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian pada bab penutup ini, bahwa  $t_{hitung}$  pada variabel produk makanan halal terhadap variabel ekonomi masyarakat lebih rendah dibandingkan  $t_{tabel}$ , itu menandakan bahwa produk makanan halal terhadap variabel ekonomi masyarakat dapat di pastikan tidak berpengaruh signifikan. Hal ini disebabkan setiap produk makanan halal dapat meningkatkan tingkat harga dari suatu produk makanan yang biasanya masyarakat yang tingkat ekonomi rendah kurang minat produk tersebut.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abu Isa Muhammad bin Isya at- Tirmidzi, *Ensiklopedia Hadist 6 : Jami' at-Tirmidzi* (Jakarta : Almahira, 2013)
- Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar 2009),
- Andi Irwan, *Kewirausahaan UKM Pemikiran dan Pengalaman*, (Jawa Timur Graha Ilmu, 2007).
- Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahnya*,  
F.M Nashshar, *Antara Halal Dan Haram*, (Bandung : Angkasa 2013),  
<https://tafsirq.com/topik/surat+al+a'raf+ayat+157>
- Ibid
- Ibid
- Imam Ghazali, HengkyLatan, *Partial Least Squares, Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart Pls 3.0 untuk penelitian empiris*, (Semarang 2015)
- Kamsir, *Kewirausahaan*. 2007 Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kountur, Roni. *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Edisi Revisi 2. (Jakarta : PPM, 2007).
- Muhammad, *Etika Perlindungan Konsumen dan Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004)
- Pasal 1 undang-undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang produk halal
- Subagyo, *Buku Sederhana Memahami Prinsip-prinsip Perlindungan Konsumen* (Surabaya; 2010)
- Suharsimi Arikunto, *op.cit.*,
- Syeikh Izzquddin Ibnu Abdis Salam, *Kaidah-Kaidah Hukum Islam dalam Kemaslahatan Manusia* (Bandung Nusa Media, 2011),
- Syeikh Izzuddin Ibnu Abbas Salam, *Kaidah-Kaidah Hukum*

Tim penyusun, Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Sejak 1975, (Jakarta : Erlangga 2011).

Undang-Undang No 08 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 5

Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 7  
Undang-undang No. 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 1

Undang-Undang No. 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 2

Undang-Undang No. 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4

Undang-Undang No. 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 5

Zulham, *HUKUM Perlindungan Konsumen*, (Jakarta : Kencana, 2013)



## RIWAYAT HIDUP



**NUR AZA ANANDA PUTRI.H S.H**, lahir di Makassar, tanggal 08 Oktober 1998. Putri pertama dari pasangan Hardi Yanto dan Fatimasang S.Pd.i. Penulis menyelesaikan jenjang pendidikan di SDN IMPRES LARIANG BANGI 2 tepatnya di Makassar Sulawesi Selatan pada tahun 2010. Peneliti melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di MTsN 2 Biringkanaya tahun 2013, selama jenjang sekolah menengah pertama penulis aktif kegiatan pramuka. Setelah itu peneliti melanjutkan Sekolah Menengah Atas di MAN 3 MAKASSAR jurusan IPS dan tamat pada tahun 2016. Kemudian pada tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Swasta Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Agama Islam pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (S1).

Atas Ridho Allah SWT dan dengan kerja keras, pengorbanan, serta kesabaran, pada tahun 2020 penulis mengakhiri masa perkuliahan S1 dengan judul skripsi “**Analisis dan Strategi Wirausaha berbasis Syariah dalam Memajukan Produk makanan Menuju Masyarakat Ekonomi Mandiri**”

**KUESIONER ANALISIS DAN STRATEGI WIRAUUSAHA BERBASIS  
SYARIAH DALAM MEMAJUKAN PRODUK MAKANAN MENUJU  
MASYARAKAT EKONOMI MANDIRI (STUDI OBJEK TOKO CAHAYA  
OLEH-OLEH MAKASSAR JLN TODOPULI)**

**Identitas Konsumen**

Nomor Kuesioner : (diisi oleh penyebar kuesioner)

Nama Lengkap

Jenis Kelamin : L/ P

**Petunjuk Pengisian Kuesioner**

Berikan respon anda sebenar-benarnya untuk setiap indikator yang ada pada kolom sebelah kiri dengan memberikan tanda centang (✓) pada salah satu angka yang tersedia pada kolom alternatif jawaban.

Keterangan pilihan jawaban :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Implementasi akad Al Musyarakah Di Usaha 'BASMALAH' Pemotongan Ayam Syariah, maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Keempat pihak yang bekerjasama dalam usaha pemotongan ayam 'BASMALAH' memiliki pengetahuan tentang kerjasama *syirkah* yang cukup bagus.
2. Implementasi akad Musyarakah di usaha pemotongan ayam 'BASMALAH' ini sesuai ajaran Islam, yaitu menggunakan *Syirkah Al-Musyarakah* dengan akad Al-Mudharabah DIMANA salah satu pihak memiliki modal dana dan lainnya memiliki modal keahlian.

#### B. Saran

Dengan adanya uraian-uraian di atas, maka penulis dapat memberikan saran untuk menjadi bahan pertimbangan.

Pemilik usaha 'BASMALAH' Pemotongan Ayam Syariah seharusnya tidak hanya pemotongan ayam yang secara syariah yang disosialisasikan kepada masyarakat yang akan mengkonsumsi ayam, akan tetapi keempat pihak harus mensosialisasikan tentang akad kerjasama yang dijalankan agar sesuai dengan syariat Islam

Rivai, Veithzal dan Arviyan Arifin, 2010, *Islamic Banking Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi*, Jakarta: Bumi Aksara.

Rizal Yahya, 2014, *Akuntansi Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat.

Saleh Al-Fauzan, 2005, *Fiqih sehari-hari*, Jakarta:Gema Insani.

Sabiq, Sayyid *Fiqh Sunnah*, 2015, Terj Ahmad Dzulfikar dan Muhamad Khoyrurrijal Depok: Keira Publishing.

Sabiq Sayyid, 2008, *Fiqhus Sunnah*, Asep Sobari, *Fiqh Sunah*, (Jakarta : Al-I'tishom, 2008).

Syafi'i Antonio, Muhammad.2001, *Bank Syari'ah: dari teori ke praktik*. Jakarta : gema insani press.

Syafe'i, Rachmat, 2001. *Fiqih Muamalah*, Bandung : Pustaka Setia.

Muslich Wardi Ahmad, 2010, *Fiqih Muamalat* cet. 1 Jakarta: Sinar Grafika Offset.

Waluyo, *Fiqh Muamalat*, 2014, (Yogyakarta: Gerbang Media Aksara.

Wiroso, 2005. *Seri Perbankan Syariah Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, Jakarta: PT. Grasindo.